

Н.В. Киреенко, *д-р экон. наук, профессор,*
Учреждение образования «Белорусский государственный аграрный
технический университет», г. Минск

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА РЫНОК ИРАНА

Ключевые слова: продвижение, инновационная стратегия, внешний рынок, условия доступа, агропродовольственные товары

Key words: promotion, innovation strategy, foreign market, access conditions, agro-food products

Аннотация: в статье проанализированы особенности разработки инновационной стратегии продвижения агропродовольственных товаров Республики Беларусь на рынок Ирана. Выделены национальные приоритеты развития продовольственной системы страны в части производства и внутреннего потребления сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, экспортной и импортной специализации. Обоснованы конкурентные преимущества и направления сбыта белорусской продукции на рынке Ирана.

Summary: the article analyzes the features of the development of an innovative strategy for promoting agro-food products of the Republic of Belarus to the Iranian market. National priorities for the development of the country's food system in terms of production and domestic consumption of agricultural products and foodstuffs, export and import specialization are identified. Competitive advantages and sales directions of Belarusian products in the Iranian market are substantiated.

В условиях усиления внешних вызовов поиск новых рынков сбыта агропродовольственных товаров Республики Беларусь остается ключевой задачей, решение которой требует разработки и реализации инновационной стратегии продвижения продукции на зарубежные целевые сегменты [2]. По нашему мнению, в качестве одного из перспективных страновых рынков сбыта рассматривается рынок Ирана. В 2021 г. объем белорусского агроэкспорта в данную страну составил 572,8 тыс. долл. США, или 0,09% общего объема экспортных поставок, из которого 231,9 тыс. долл. США приходилось на продукцию мукомольно-крупяной промышленности, 151,6 тыс. долл. США – алкогольные и безалкогольные напитки.

Инновационная стратегия продвижения агропродовольственных товаров Республики Беларусь на рынок Ирана учитывает наличие преференциального режима в рамках Временного соглашения, ведущего к обра-

зованию зоны свободной торговли между ЕАЭС и Исламской Республикой Иран, которое продлено 25 октября 2022 г.

Иран является одним из наиболее технологически развитых государств региона. Общая земельная площадь составляет 162 000 тыс. га, из которых 11,7 % сельскохозяйственные земли. По состоянию на 1 января 2021 г. численность населения страны составила 83 408,9 тыс. чел. За период с 2010 г. по 2020 г. она увеличилась на 9 069,3 тыс. чел. Удельный вес сельского населения в общей численности населения страны снизился с 31,1 % до 24,4 %.

В структуре растениеводства наибольший удельный вес занимает зерновая отрасль – 30,5 %, фрукты – 24,9 %, овощи – 20,8 %. Главными сельхозкультурами Ирана являются пшеница, на долю которой приходится около 21,6% всего производства, сахарный тростник – 11,4% и сахарная свекла – 8,8 %.

Основным фактором, который осложняет ведение растениеводства в стране, является климат. В стране имеется 51 млн га земли пригодной для сельского хозяйства, но только 19 млн га фактически обрабатываются и участвуют в сельскохозяйственном обороте. Для основной части территорий Ирана круглый год характерна сухая и жаркая погода, на юге расположена пустыня, а единственной зоной благоприятной для фермерства считается северная часть вблизи Каспийского моря.

Еще одной проблемой для иранских аграриев является нехватка воды. Каждый год сельскохозяйственный сектор использует до 90,2 % всей доступной в стране воды.

Кроме воды, острым для иранских аграриев является вопрос кормов – в Иране ощущаются проблемы с натуральными пастбищами, поэтому количество животных на доступных к выпасу землях вдвое превышает допустимые значения. Из-за этого страна вынуждена импортировать ряд стратегически важных культур и продукции, которыми страна не может себя обеспечить.

По итогу 2020 г. объем производства молока составил 7 500 тыс. т, мяса – 2 745,2, овощей – 14 900, фруктов – 17 800, сахарной свеклы – 14 400 тыс. т. При этом объемы производства по овощам и фруктам ежегодно уменьшаются, что соответственно приводит к уменьшению объемов производства данных видов продукции на душу населения.

Животноводство Ирана основано на разведении овец, коз, верблюдов и крупного рогатого скота. Основным направлением является производство молока, объем которого за последние три года находился на уровне 7,5 млн т. В структуре производства молока преобладает коровье молоко, на долю которого приходится около 90% от общих объемов производства. Помимо этого, Иран производит довольно большие объемы мяса птицы, говядины и баранины.

Для поддержания прибыльности местных сельхозпроизводителей в Иране практикуется протекционистская экономическая политика. Она проявляется в форме государственных субсидий, связанных с производ-

ством основных продуктов питания (к примеру, пшеницы) и сельскохозяйственной техники.

Сельскохозяйственный банк Ирана (или Банк Кешаварзи) специализируется на сельскохозяйственном секторе и является основным источником финансовых услуг и кредитов для фермеров. Целями деятельности банка являются предоставление кредитов для повышения уровня жизни в сельской местности, развитие малых производств в сельской местности, увеличение сельскохозяйственного производства, расширение экспорта сельскохозяйственной продукции. Правительство Ирана проводит модернизацию ирригационных и дренажных систем. Экономическая политика в этой сфере раскрывается в Национальном плане по водным ресурсам на 2019–2023 гг. Особое место отводится развитию механизации и технологий в ирригации.

Экспорт продукции АПК Ирана имеет неоднозначную динамику на протяжении 2015–2020 гг. и в целом находится на уровне 2,0–2,5 млрд долл. США. В структуре экспорта продукции АПК Ирана основной объем приходился на фисташки (28,5% от экспорта страны), финики (6,9%), изюм (5,0%), виноград и изюм (5,3%) и прочую продукцию АПК. Основными странами-импортерами продукции АПК из Ирана являлись Китай (14,9% от общего объема агроэкспорта страны), Россия (14,9%), ОАЭ (11,7%), Германия (7,0%), Катар (5,6%). На долю топ-10 стран пришлось 73,4% экспорта продукции АПК страны.

Суммарный объем импорта продукции АПК Ирана в 2020 г. превысил 10,1 млрд долл. Анализ показал, что рост импорта наблюдается с 2015 г. (за исключением незначительного снижения в 2018 г.). Иран импортирует широкий ассортимент сельскохозяйственной продукции. В структуре импорта продукции АПК Ирана основной объем приходится на кукурузу (15,1 % от импорта страны), рис (14,6 %), жмых соевый (8,4 %), соевые бобы (8,1 %), замороженное мясо КРС (6,8 %). Основными странами-экспортерами продукции АПК в Иран являются Индия (22,7 % от общего объема агроимпорта страны), Бразилия (21,9 %), ОАЭ (16,4 %), Россия (9,5 %), Аргентина (3,8 %). На долю топ-10 стран пришлось 87,8 % импорта продукции АПК страны.

В данном аспекте инновационная стратегия продвижения агропродовольственных товаров Республики Беларусь на рынок Вьетнама должна учитывать основные факторы, влияющие на продовольственный рынок страны, а именно:

- рост располагаемых доходов населения, урбанизации и образованности населения о пользе различных продуктов питания формирует спрос на импортную продукцию;

- развитие тенденции здорового образа жизни. Рост спроса на продукцию со знаками «есо» и «organic», а также на продукты «без глютена и сахара», поскольку сахарный диабет становится все более распространенным заболеванием;

- рост популярности различных сортов импортного сыра, творожных и плавленых сыров с добавками;
- маркировка «Халяль» обязательна для большинства продуктов питания;
- повышенный спрос на мясо птицы, кондитерские изделия, а также продукты с длительным сроком хранения;
- модернизация и реорганизация розничной торговли – увеличение числа сетевых магазинов, гипермаркетов и дискаунтеров;
- развитие сектора общественного питания, онлайн-торговли, растущая тенденция делать покупки в Интернете, особенно среди молодежи. Ежегодный рост онлайн-покупок в Иране составляет около 60%.

Выполненный нами прогноз по макроэкономическим тенденциям Ирана показывает, что по реалистичному прогнозу до 2025 г. и 2030 г. отмечается рост ВВП страны, ВВП на душу населения, а также валовой добавленной стоимости сельского хозяйства. В то же время прогнозируется, что удельный вес сельского хозяйства в формировании ВВП страны сохранится на уровне 12,78 %.

Прогноз по национальному производству показывает, что развитие сельскохозяйственного производства основывается на инновационных производственных технологиях и процессах, которые обеспечат рост объемных показателей при неизменной площади сельскохозяйственных угодий. Важно обратить внимание, что Иран производит все виды сельскохозяйственной продукции, которые являются чувствительными для Республики Беларусь. Увеличение их производства обусловлено ростом численности населения страны и решению стратегической задачи – обеспечение национальной продовольственной безопасности за счет собственного производства.

Выполненный прогноз по внутреннему потреблению сельскохозяйственной продукции и продуктов питания Ирана показывает, что при росте численности населения страны возрастает объем личного потребления, а также промышленной переработки. При наличии экономических санкций, наложенных на Иран с 1979 года, страна является крупнейшим экспортером сельскохозяйственной продукции и продуктов питания. Внешнеэкономическая специализация Ирана сохранится на период 2025–2030 гг., что связано с высоким уровнем конкурентоспособности по цене и качеству предлагаемой продукции на экспортных рынках.

Национальные цели в области развития агропродовольственной сферы определены в Стратегическом плане развития Ирана «Vision 2025» [1]. В стране взято направление на развитие импортозамещения в агропродовольственной сфере, что смягчает последствия снизившегося экспорта, а в будущем будет ориентировать внутренних производителей на формирование новых производств.

Таким образом, продовольственный рынок Ирана обладает достаточно высоким потенциалом и привлекательностью для белорусских производи-

телей говядины и мяса птицы. Данное направление является обоснованным, т.к. основное население страны – мусульмане. Однако при реализации инновационной стратегии следует обратить внимание на тот факт, что уровень неопределенности в стране остается высоким, а основными рисками являются: экономические санкции в отношении Ирана; сравнительно большое расстояние до страны (2 738 км); особенности культуры питания, низкий уровень денежных доходов населения (высокий уровень безработицы на протяжении 2010-2020 гг.), необходимость наличия сертификата Халяль, др., что в совокупности определяет низкий уровень покупательской способности населения страны. При этом конкуренцию на продовольственном рынке Ирана белорусским предприятиям составляют такие страны, как Аргентина, Бразилия, Казахстан, Китай, Турция, Россия и др.

Список использованной литературы

1. Стратегический план развития Ирана «Vision 2025» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.mcls.gov.ir/en/irv>. – Дата доступа : 01.10.2022.

2. Киреенко, Н. В. Модели развития аграрного бизнеса в международной практике / Н. В. Киреенко // Вес. Нац. акад. навук Беларусі. Сер. аграр. навук. – 2021. – Т. 59, №1. – С. 23–42.

УДК 339.16:338.4

А.Л. Косова, канд. экон. наук,
РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси», г. Минск

ЛОГИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ ПРОДУКЦИЕЙ АПК

Ключевые слова: логистика, логистическое управление, сбыт, продукция АПК, эффективность.

Key words: logistics, logistics management, sales, agricultural products, efficiency.

Аннотация: в статье систематизированы научные подходы к категории «логистическое управление» Обоснованы методологические принципы, функции и стратегии логистического управления сбытом продукцией АПК. В качестве построения системы управления товарными потоками и запасами в сбытовой деятельности аграрных организаций предложено основывать на «толкающей» и «тянущей» логистических стратегиях.

Summary: the article systematizes scientific approaches to the category of «logistics management» The methodological principles, functions and strategies of logistics management of the marketing of agricultural products are substantiated. As a construction of a system for managing commodity flows and